



DIA celebra su primer Investor's Day con la vista puesta en América del Sur y en la proximidad

- / DIA ha explicado hoy al mercado sus planes de crecimiento y sus nuevos formatos de tienda.
- / Ajusta al alza sus previsiones de crecimiento.

Madrid, 31 de octubre de 2012. Distribuidora Internacional de Alimentación reúne en Madrid a los principales directivos de la compañía para explicar a la comunidad financiera la marcha de la compañía y los proyectos en los que está inmersa.

La apertura del acto la ha llevado a cabo el consejero delegado, Ricardo Currás, quién ha asegurado que 2013 será un año decisivo para DIA. A lo largo de este año se reforzarán los formatos de proximidad." **El reto del futuro más importante para DIA es ser el mejor en precio y proximidad".**

Amando Sánchez Falcón, director ejecutivo corporativo de DIA, ha destacado la historia de éxito de la empresa haciendo especial hincapié en cómo la compañía está preparada para acelerar el ritmo de crecimiento. Prueba de ello, es el anuncio de la apertura para 2013 de la nueva región de Brasil, Minas Gerais. En el plano financiero se ha ajustado al alza la previsión del crecimiento de las ventas, el EBITDA y el EBIT.

Diego Cavestany, director de operaciones de DIA España, ha oficializado el lanzamiento de DIA Fresh como nuevo modelo de proximidad a desarrollar en un futuro. En el último trimestre del año se han previsto 20 aperturas en territorio español. Dentro del concepto proximidad ha explicado también el modelo de la recientemente adquirida cadena alemana Schlecker que tras la aprobación por las autoridades de competencia pasará a formar parte de DIA. Cavestany, ha puesto en valor el potencial que la compañía tiene en España para seguir creciendo.

Juan Cubillo, director comercial de DIA, ha sido el encargado de mostrar a la comunidad financiera el excelente posicionamiento de precio de la cadena. De los siete países en los que DIA está presente, 4 de ellos (España, Portugal, Argentina y Brasil) aportan a la compañía el liderazgo absoluto en imagen de precio.

Luis Martínez, director comercial de DIA España, ha destacado la importancia en la estrategia comercial de la compañía de sus dos principales herramientas: la tarjeta Club Dia, que cuenta con 28,4 millones de suscriptores en

cinco países y que próximamente se lanzará en China y en Brasil; y los cupones de descuento, herramienta indispensable en la imagen de precio de DIA, que además suponen un gran apoyo para la promoción de todas las marcas.

Julián Villena, director de supply chain DIA, ha explicado cómo DIA en un escenario adverso para la innovación ha sido capaz de innovar, de ser más eficiente, y de con ello reducir los costes en la gestión diaria de la logística. Prueba de esto es que desde 2007 hasta 2012, los costes logísticos en relación con las ventas netas han caído un 10,6%.

Antonio Coto, director de América del Sur y franquicias, ha destacado la importancia de la franquicia como una de las bases del modelo de negocio de DIA. La franquicia es la mejor forma de gestionar la proximidad. Integrar este modelo de gestión se hace de forma paulatina, es un largo viaje. La franquicia es una de las ventajas competitivas de DIA porque aunque parezca sencillo, este modelo es muy complicado de copiar, y sin lugar a dudas es el modelo más cercano y eficiente para los clientes.

Por último Miguel Guinea, director comercial de Francia, ha mostrado las cifras correspondientes al avance de la marca DIA, donde cabe destacar el peso que la marca ha obtenido ya en países como Brasil o Turquía con un 35% o Argentina con un 39%, donde el concepto de la marca de distribuidor está apenas desarrollada. La marca DIA tiene un surtido que alcanza las 8000 referencias y es el complemento perfecto de la oferta comercial de proximidad.

Distribuidora Internacional de Alimentación, DIA, es una compañía internacional del sector de la distribución de la alimentación presente en siete países, España, Portugal, Francia, Turquía, China, Argentina y Brasil. En 2011, las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 11.124 millones de euros y contaba con 6.833 establecimientos en los países en los que opera.

▪ **RELACIONES EXTERNAS**

Nieves Álvarez – Lara Vadillo

Teléfono: +34 91 398 54 00 Ext. 33340 / 33886

+34 650.64.16.36 / 619.22.65.87

comunicacion@diagroup.com